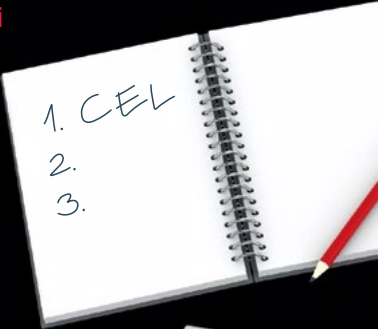


FISZKI®

MAŁY FORMAT – WIELKA TREŚĆ

IDEALNA PREZENTACJA KROK PO KROKU

Piotr Bucki

- 
1. CEL
 - 2.
 - 3.



E-BOOK



15
MINUT
DZIENNE



GRATISY
ONLINE

SPIS TREŚCI

Cel prezentacji	1
Struktura prezentacji	5
Najważniejsze elementy	13
Język prezentacji	29
Obraz w prezentacji	33
Narzędzia	45
Projektowanie slajdów	49
Typografia	67
Na zakończenie	70

Koncepcja serii: Sławomir Kuchta

Redakcja: Patrycja Wojsyk

Korekta: dr Tomasz Karpowicz

Projekt graficzny i skład: Bartosz Czarnecki

Ilustracje: www.fiszki.pl/autorzyfoto

© Wydawnictwo Cztery Głowy, Gdańsk 2016

Wydanie elektroniczne, ISBN: 978-83-7843-267-8

biuro@fiszki.pl

[Kup książkę](#)

SŁOWO O KOMPETENCJACH XXI WIEKU

Carnegie Institute of Technology podaje, że 85% naszych sukcesów zawodowych i finansowych zależy od tego, jak komunikujemy, negocjujemy i budujemy relacje – wskazuje zatem na kompetencje miękkie, jako źródło przyszłych sukcesów.

Tymczasem wyraźnie widać, że kompetencje te są w systemie edukacji traktowane po macoszemu. Sama semantyka temu sprzyja: *miękkie*, czyli nieco gorsze od tych *twardych*, *solidnych*. *Miękkie*, czyli jakoby bardziej ulotne, subtelniejsze, z założenia bardziej „humanistyczne” – w przeciwieństwie do tych *twardych*, czyli konkretnych, mocnych, z definicji – „technicznych”.

Nauczmy się kształcić kompetencje miękkie na równi z tymi twardymi! Twórzmy model zrównoważonego rozwoju osobowości. Twarde kompetencje to solidne podstawy, ale bez kompetencji miękkich będą jak fundament, którego nie widać, gdyż nie wystaje ponad grunt.

PIOTR BUCKI

jeden z autorów
fiszek rozwijających
kompetencje XXI wieku



Kup książkę



CEL PREZENTACJI

PO CO CI PREZENTACJA?

Mówisz, żeby osiągnąć cel. Jednak w komunikacji chodzi nie tylko o to, co mówisz, lecz także o to, co chcesz osiągnąć.

Niekiedy same słowa wystarczą, ale w wielu sytuacjach dobrze je wzmocnić – i wtedy właśnie idealnie sprawdzi się prezentacja. Czasem dopełni Twój przekaz (jeśli będzie towarzyszyć Twojemu wystąpieniu), a czasem – to ona przekaże całą informację (jeśli swoją prezentację wyślesz).

Każda prezentacja ma dwie funkcje:

informacyjną — informowanie, edukowanie, przekazywanie wiedzy, myśli i idei;

perswazyjną — przekonywanie do określonych działań.

Te dwie funkcje się nakładają. Nie można ich od siebie oddzielić, ale obie da się wzmocnić.



CEL PREZENTACJI

PO CO CI PREZENTACJA?

Często, gdy słyszysz, że masz przygotować prezentację, siadasz przed komputerem i otwierasz program do robienia prezentacji. To błąd.

Zawsze najpierw odpowiedz sobie na ważne pytanie: „DLACZEGO mam przygotować prezentację?”. I nie chodzi o odpowiedź: „Bo muszę”. Chodzi o zastanowienie się nad celem prezentacji – co chcesz dzięki niej osiągnąć. Od tego celu zależeć będzie typ prezentacji i sposób prowadzenia narracji.

Pytanie: Funkcja informacyjna czy perswazyjna?

Czy zdanie: „Rocznie analizuję 400 i współtworzę 200 prezentacji” ma funkcję informacyjną czy – perswazyjną?



CEL PREZENTACJI

RÓŻNE TYPY PREZENTACJI

Prezentacje różnią się od siebie – te, które mają uzupełniać Twój przekaz na spotkaniu czy podczas wystąpienia, mogą zawierać bardzo mało elementów i być tylko rdzeniem, wokół którego toczy się Twoja opowieść. Te, które wysyłasz i które ktoś będzie oglądał bez Twojego udziału, muszą zawierać więcej informacji. Jednak uważaj – nie wolno Ci ich „przegadać”. Nie masz wpływu na to, jak dużo czasu ktoś poświęci na zapoznanie się z Twoją prezentacją. Często musisz zmierzyć się z krótkim zakresem uwagi (czasem, kiedy coś skupia czyjąś uwagę), jak również z przeładowaniem poznawczym (ogromem informacji, myśli i bodźców, którymi zarzucony jest odbiorca).

Typ prezentacji zależy też od celu, który chcesz osiągnąć. Jeśli Twój cel to **SPRZEDAĆ**, przygotuj prezentację sprzedażową. Proste!



CEL PREZENTACJI

RÓŻNE TYPY PREZENTACJI

- **Prezentacje sprzedażowe:**
Chcesz sprzedać produkt lub usługę.
To największa grupa prezentacji, gdyż „sprzedajemy” również pewne idee.
Funkcje – informacyjna i perswazyjna.
- **Prezentacje produktowe:**
Podobne do sprzedażowych,
ale z mniejszym naciskiem na perswazję.
- **Prezentacje edukacyjne i naukowe:**
Prezentują tezy i zagadnienia, które słuchacz ma zrozumieć i zapamiętać.
- **Prezentacje informacyjne:**
Jak sama nazwa wskazuje – mają głównie informować.

Istnieją też oczywiście typy mieszane.
A jaka jest Twoja prezentacja? Do jakiej kategorii możesz ją zaliczyć?



Struktura prezentacji to inaczej schemat, który posłuży Ci do zbudowania dobrej, sensownej narracji, spełniającej funkcję informacyjną i funkcję perswazyjną. Dobra struktura współgra ze sposobem, w jaki mózg organizuje i przetwarza informacje. Podczas projektowania prezentacji musisz więc brać pod uwagę następujące czynniki:

- co skupia uwagę odbiorcy;
- co wzbudza jego zainteresowanie;
- które emocje sterują uwagą i wpływają na zachowanie;
- jaki jest naturalny sposób przetwarzania informacji, tekstu i obrazu;
- jaki jest naturalny sposób organizowania informacji i wnioskowania.

Mózg, gdy poznaje świat, organizuje sobie informacje w określony sposób. Naucz się projektować prezentacje tak, żeby nie utrudniać tego procesu!



STRUKTURA PREZENTACJI

KILKA WSKAZÓWEK NA POCZĄTEK

Struktura prezentacji powinna wspierać naturalny sposób przetwarzania informacji, dlatego:

- + zawsze zaczynaj od nakreślenia kontekstu i od „sprzedania” mocnej tezy (głównej myśli);
- + używaj emocji, żeby modelować zachowanie i sterować uwagą – możesz pisać, ale lepiej sprawdzą się zdjęcia lub inne elementy emotogenne (wzbudzające emocje);
- + tam, gdzie możesz, używaj historii i prostych narracji;
- + pamiętaj, że mniej znaczy – więcej;
- + przekazuj informację tak, aby można było zrozumieć ją w trzy sekundy;
- + liczby i dane pokazuj tak, żeby były zrozumiałe i robiły wrażenie;
- nigdy nie zaczynaj od szczegółów;
- unikaj zgranych frazesów.



Najbardziej uniwersalny typ narracji, który sprawdza się do dziś, zaproponował grecki filozof i autor teorii komunikacji – Arystoteles.

Dobrze przygotowana prezentacja zawiera kolejno następujące elementy:

1. wstęp, czyli kontekst (swoistą mapę terytorium, po którym się poruszasz) oraz główną tezę;
2. problem, który rozwiązujesz, lub opis stanu obecnego, który nie jest zadowalający;
3. rozwiązanie albo opis stanu pożądanego – jak powinno być;
4. potencjał rozwiązania, czyli korzyści, które ktoś odniesie, gdy zastosuje Twoje rozwiązanie;
5. wezwanie do działania, czyli jasny komunikat, co ma zrobić odbiorca Twojej prezentacji.